

孕妇产品

行业研究报告

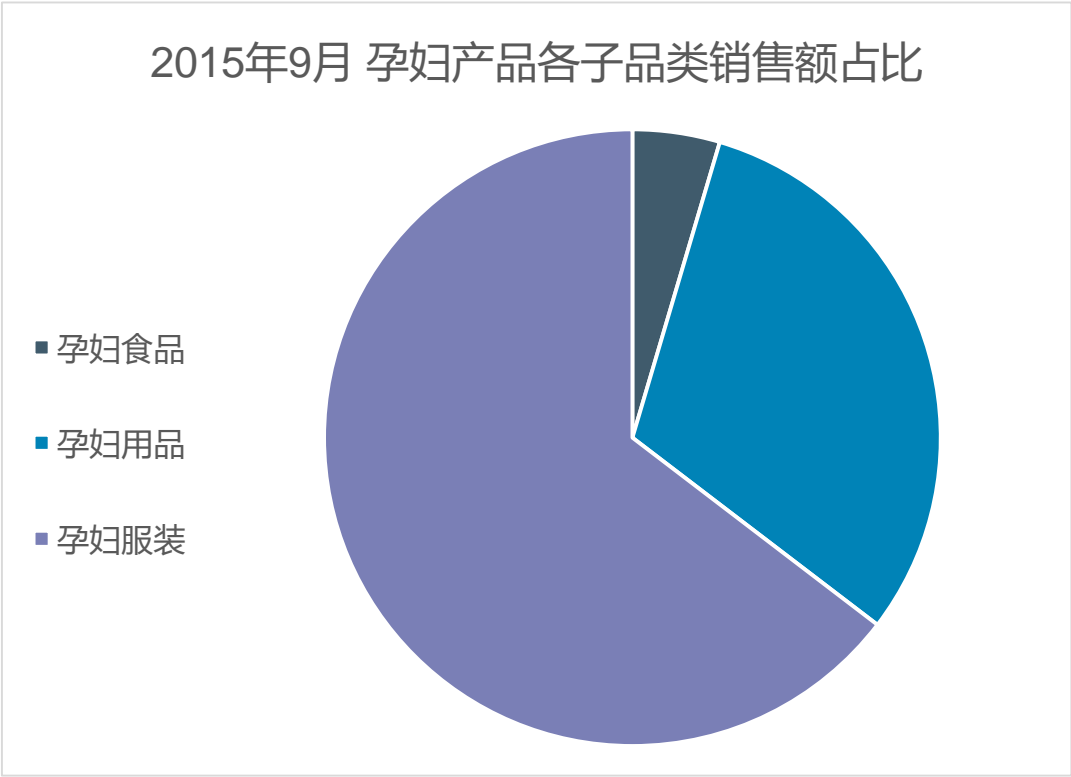
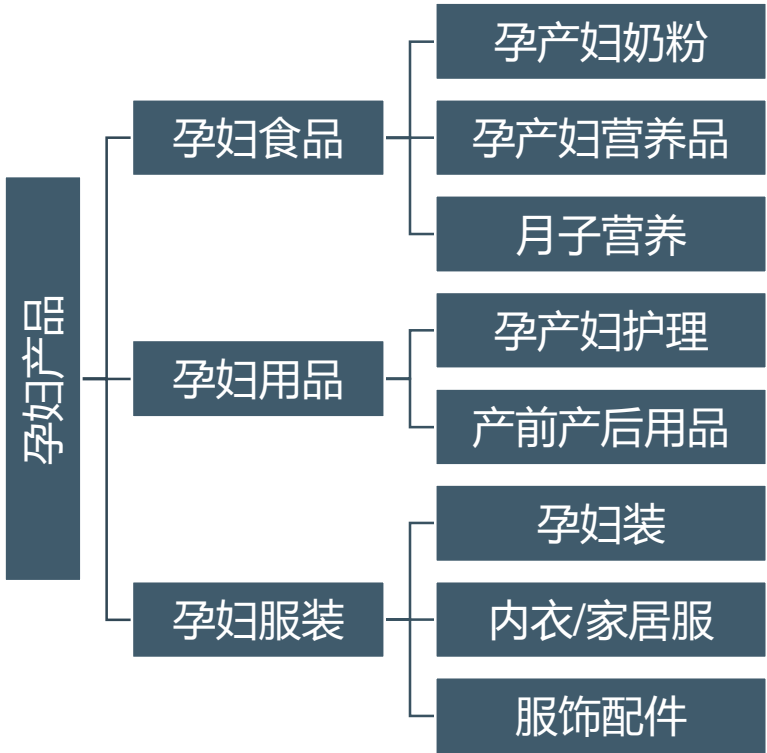


CBNData

第一财经商业数据中心

孕妇产品定义及研究范围

- 孕妇产品指孕产妇的衣食住行等消费品的总和。本报告定义的孕妇产品包含孕妇食品、孕妇用品和孕妇服装三个类别。

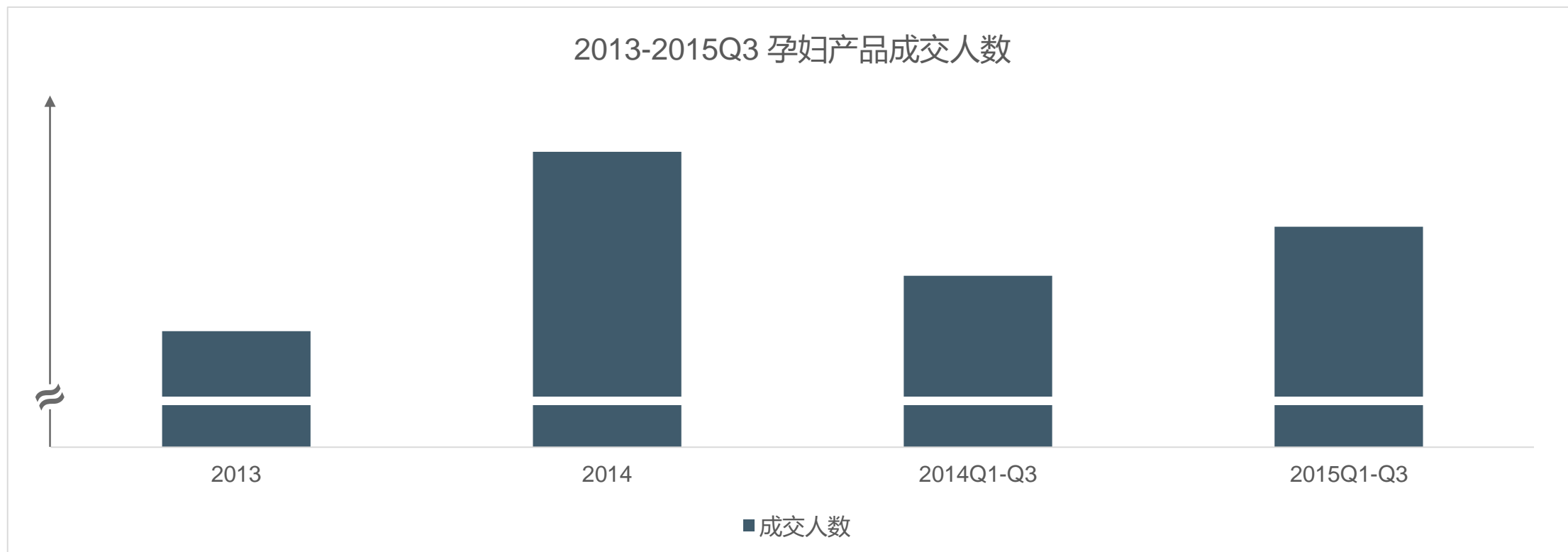


目录

- ☒ 行业概况
- ☒ 跨境电商
- ☒ 消费者画像
- ☒ 移动趋势
- ☒ 经营建议
- ☒ 附录

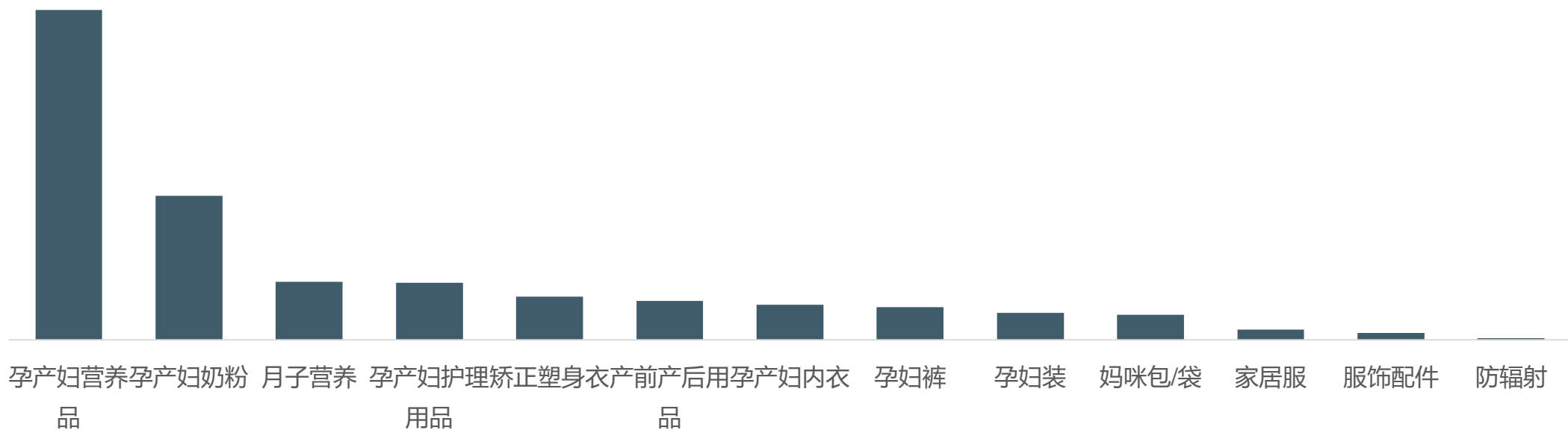


- 孕妇产品在2014年一度经历了爆发式的增长，成为母婴行业的一大亮点
- 进入2015年以后，孕妇产品的增长进入平稳期



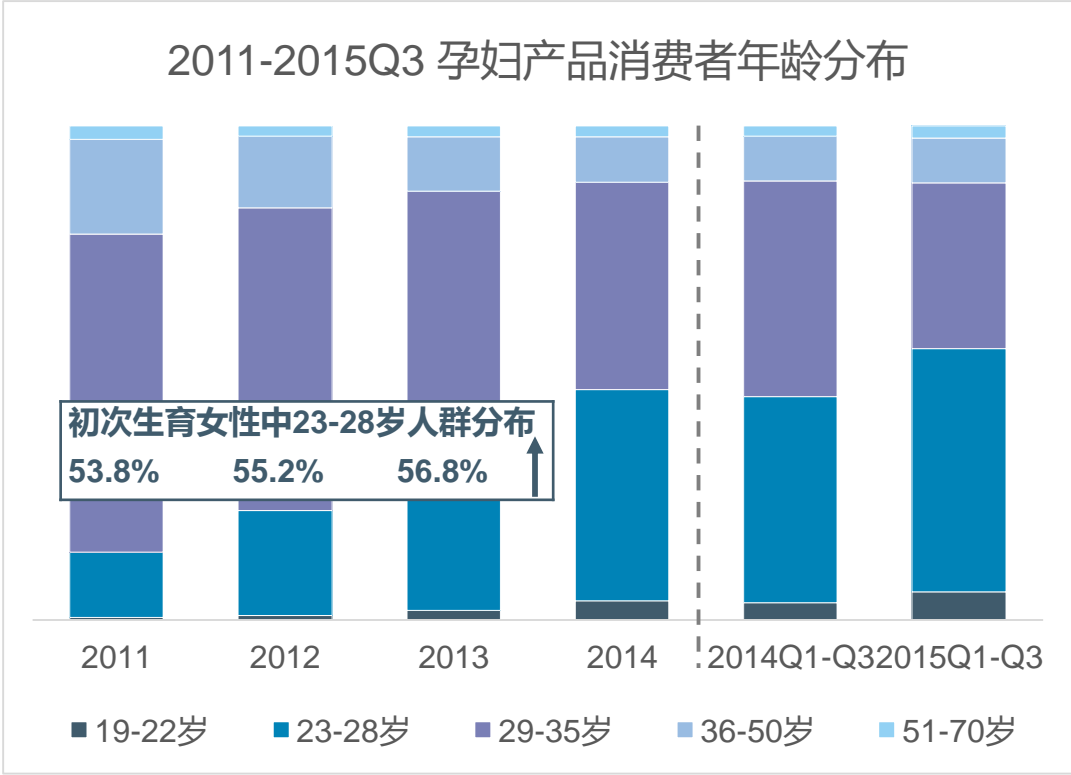
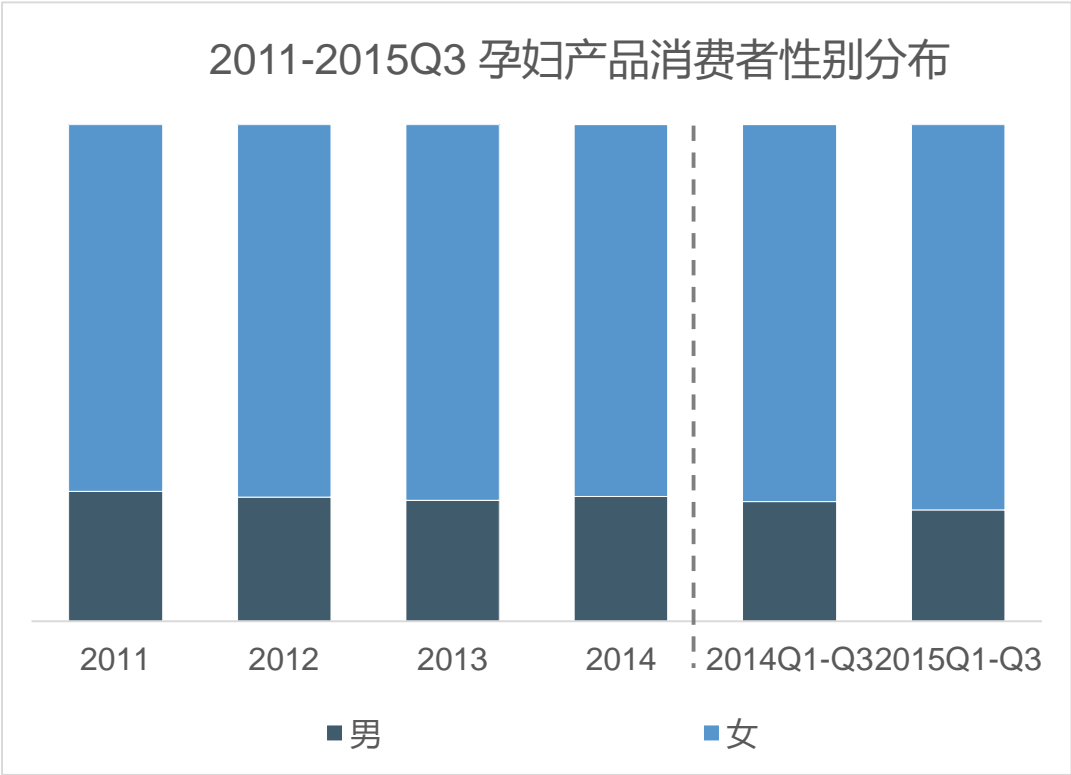
- 随着“海淘”的兴起，跨境电商在孕妇产品行业的地位越来越重要
- **孕产妇食品是跨境电商占比最高的品类。**其中，孕产妇营养品近一半的销量来自进口；其次是孕产妇奶粉，其他品类跨境电商市场占有率不高

2015Q1-Q3 孕妇产品跨境电商销售额占比



消费者画像 - 性别和年龄

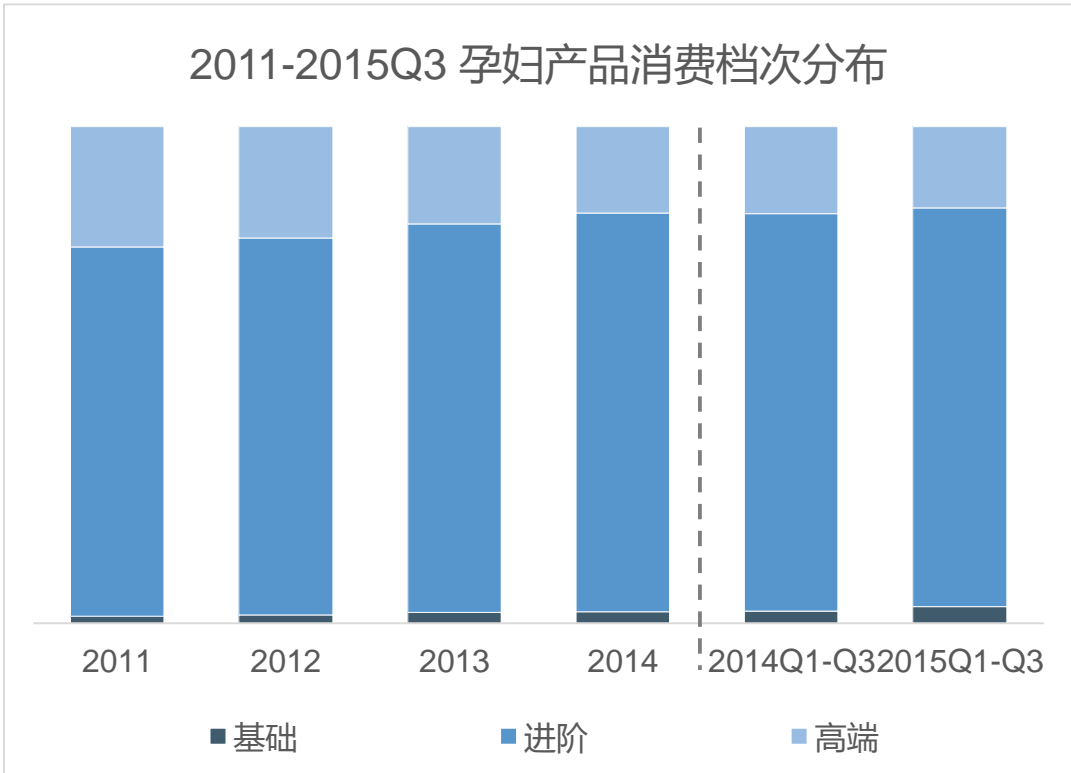
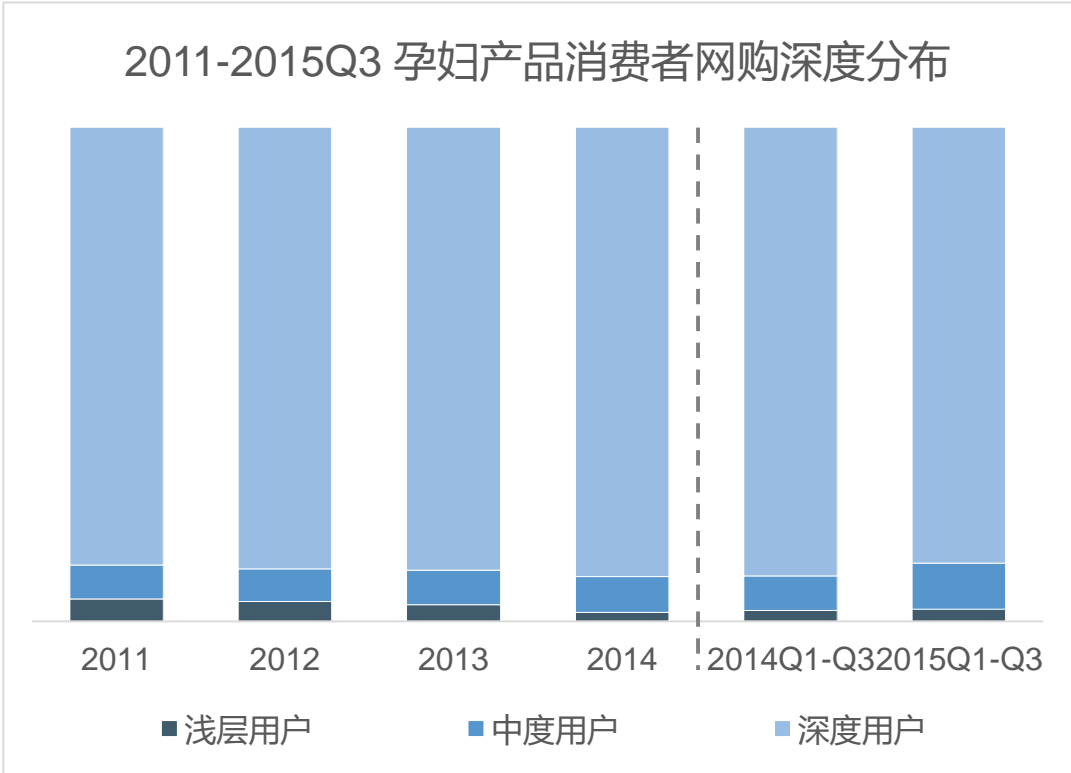
- 消费者方面，购买孕妇产品的主力是**女性、23-35岁**年龄人群，并且这两个人群的比例远高于母婴行业整体水平，可见孕妇产品主要是（准）妈妈们自己购买
- 随着女性初育年龄的提前，23-28岁年轻人群的比例逐年大幅增加



资料来源：国家统计局

消费者画像 - 网购深度和消费档次

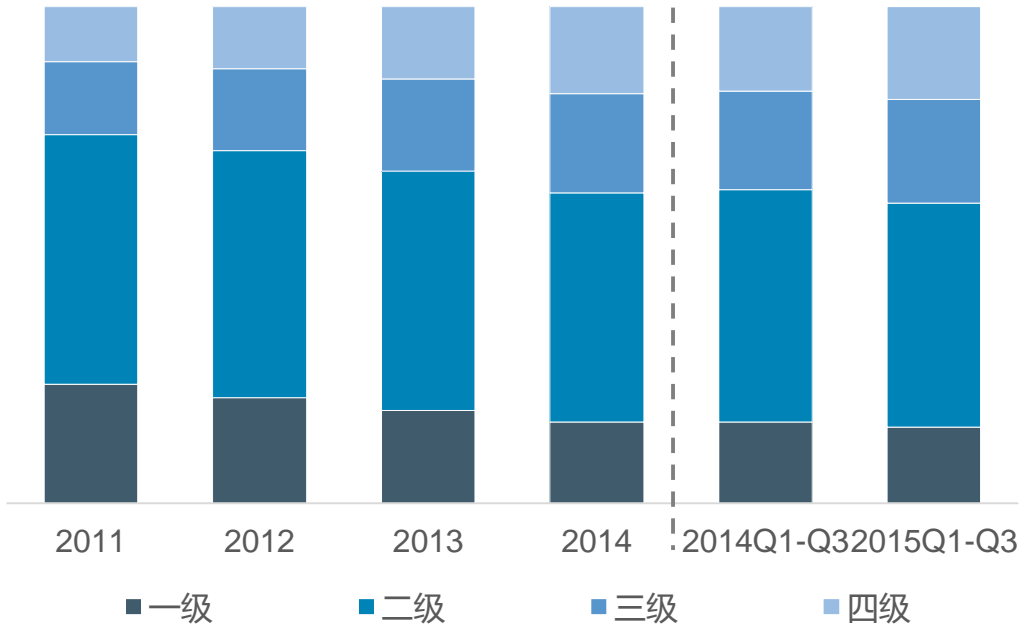
- 绝大多数孕妇产品消费者为**深度网购用户**、**进阶及高端**消费者，但是占比均低于母婴行业整体水平；随着时间的推移，网购频次深度化，消费档次则出现了大众化的趋势
- 孕妇产品线下渠道分布不完善，品类丰富度远不如线上，因此即使浅层用户和基础档次人群也会上线购买



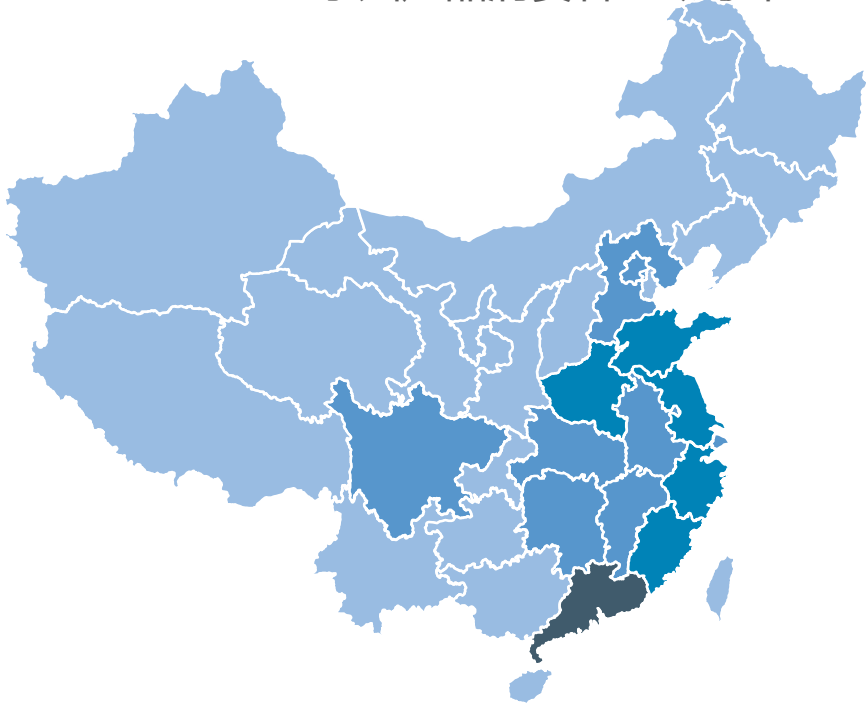
消费者画像 - 城市线级和地域分布

- 孕妇产品消费者大多居于**一二级城市；东南沿海、经济发达地区**，除了四川以外的中西地区占比很低
- 2011-2015Q3，城市下沉趋势明显

2011-2015Q3 孕妇产品消费者城市线级分布



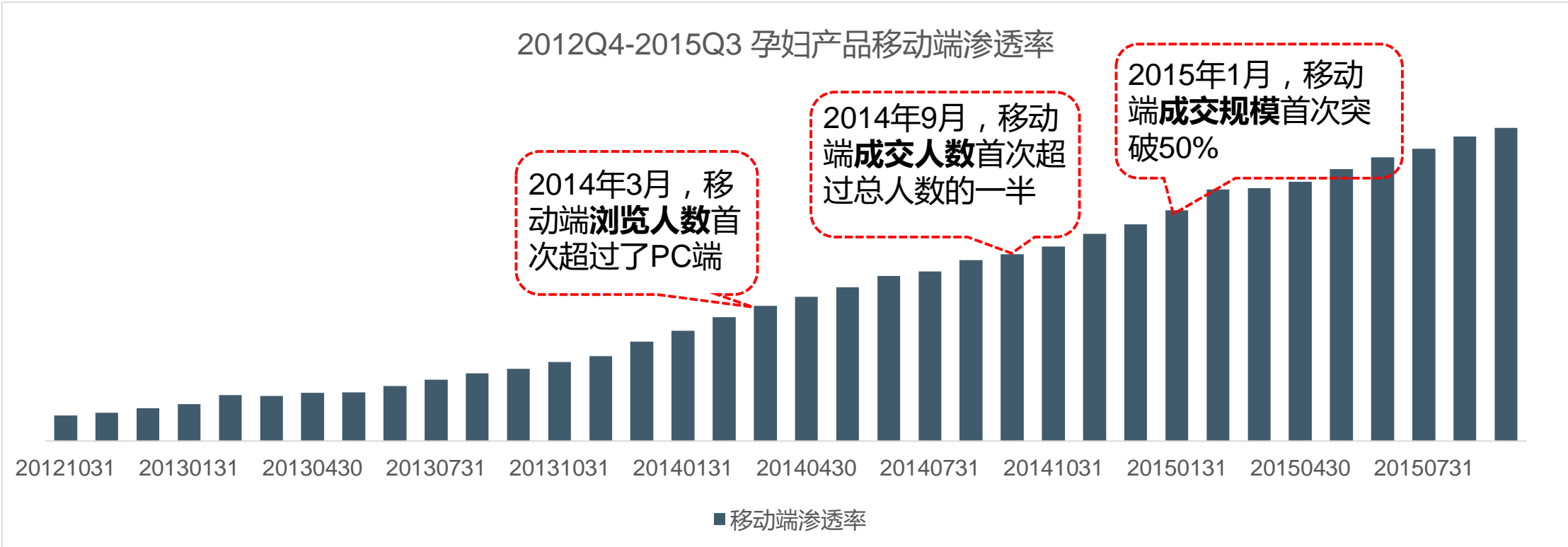
2015Q1-Q3 孕妇产品消费者地域分布



注：地图颜色越深代表数值越高

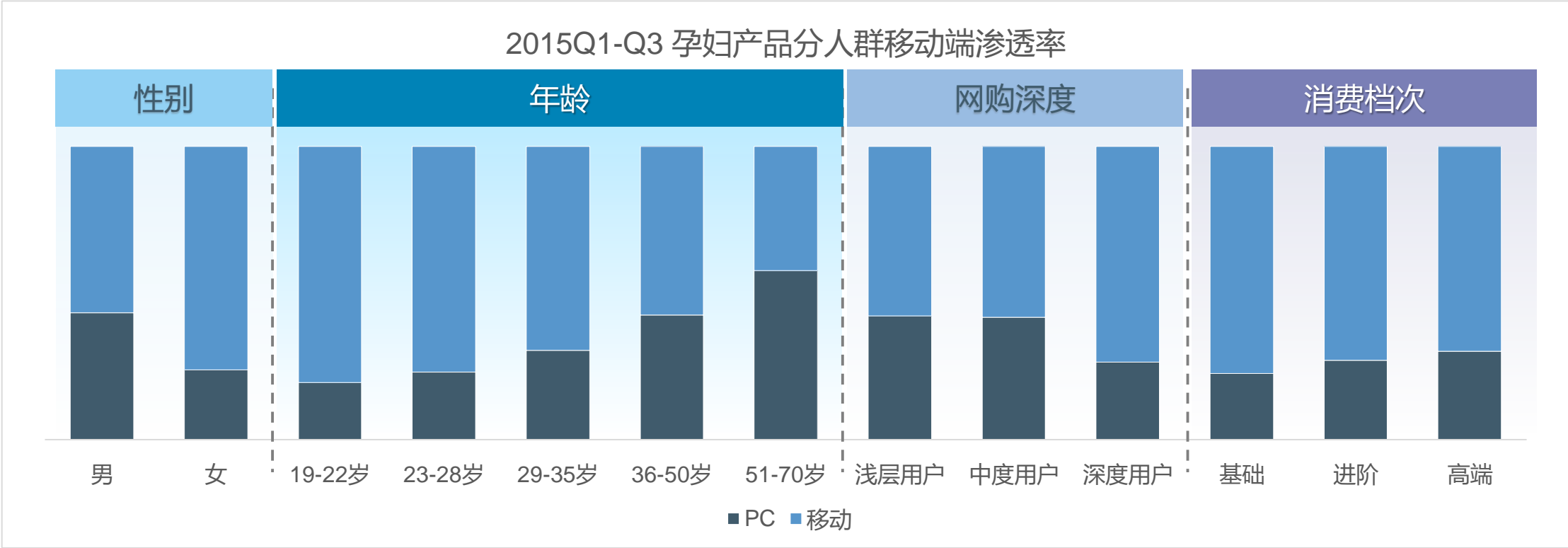
移动趋势 - 发展概况

- **孕妇产品线上市场已进入移动电商时代**
- 浏览人数增长是移动电商发展的排头兵，于2014年3月首次超过了PC端；接着半年后，移动端成交人数也超过了总人数的一半；最终2015年初，移动渗透率突破50%，目前渗透率**高于母婴行业整体水平**



移动趋势 - 分人群发展概况

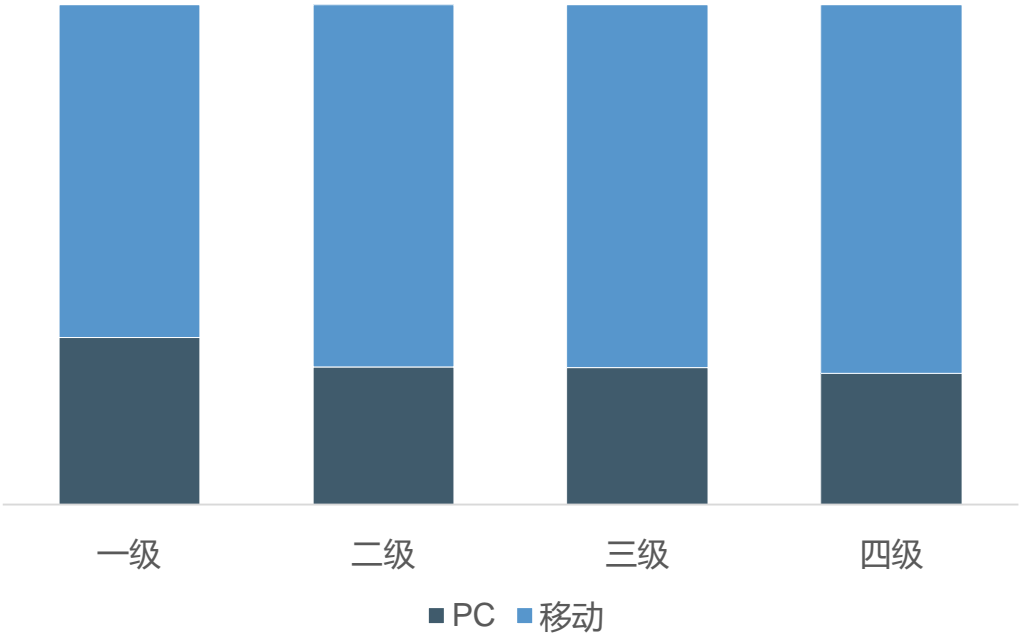
- 分人群来看，移动端从**女性、年轻人群**和**深度网购用户**开始发力
- 不同消费档次的消费者对于移动端的接受程度差异不大，**基础消费者**移动端渗透率略高于其他人群



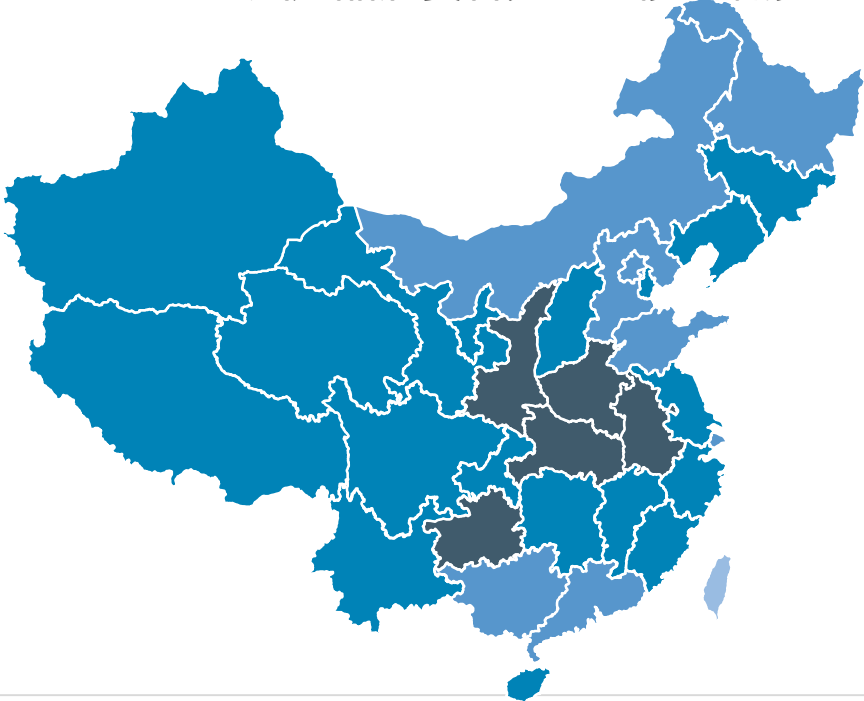
移动趋势 - 分地区发展概况

- 分地区来看，移动端在低线城市和中西部地区的渗透率更高
- 电商的未来在移动端，而**经济落后地区有望通过移动电商实现跨越式发展**

2015Q1-Q3 孕妇产品分城市移动端渗透率



2015Q1-Q3 孕妇产品消费者分地区移动端渗透率



注：地图颜色越深代表数值越高

经营建议

- 孕妇产品已经告别高速增长阶段，商家应做好精细化营销，巩固自己的市场份额。
- 孕妇产品多为非标品，商家应利用线上优势，**提供更丰富的商品。**
- 孕妇产品已经迎来移动电商时代，商家应积极拥抱这一变化，针对移动端消费者的行为特征，采取更有针对性的运营策略。
- **孕产妇营养品**跨境电商比例高，天猫国际和全球购卖家应抓住这样的机会，扩张市场份额。
- 孕妇产品大部分可以成套购买，**做好关联销售，跟踪用户需求，培养用户粘性**很重要。

数据来源及指标说明

- 数据来源：阿里巴巴大数据，汇集**3.86亿**消费者、超过**1000万**商家、**10亿**件商品的基本信息和行为数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。
 - 指标说明：
 - 消费档次**：基于消费者在平台上购买商品的价格分布区间确定。
 - 网购深度**：基于消费者在平台上的消费频次确定。
 - 城市线级**：基于消费者最近半年的常用收货地址确定。
 - 成交人数**：以天为单位汇总。
 - 移动成交**：以支付发生平台为准。
- 如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市。
- 消费者分类的维度基于其最近一年的信息判定。
- 为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

关于第一财经商业数据中心

第一财经商业数据中心

借力阿里巴巴大数据，整合中国最大财经媒体集团优势资源，打造数据可视化新闻、商业分析报告、数据自动化终端，以媒体加数据的倍增效应，全面提升中国商业世界运行效率，实现DT时代的产业变革。

报告作者：祝晓莹

商务合作：wangyang@yicai.com

加入我们：zhangbaoyuan@yicai.com



微信号：DT财经



DT·一财APP

大数据 全洞察



CBNData
第一财经商业数据中心